

Universitas Bina Nusantara

School of Business Management
Jurusan Sistem Informasi – Manajemen

Skripsi Sarjana Program Ganda
Semester Genap 2014/2015

**ANALISIS DAN PERANCANGAN WEB E-MARKETING UNTUK MENDUKUNG
PROSES PEMASARAN PADA CV INDAH TAXI**

Albert Dillon
1401113452

Abstract

RESEARCH OBJECTIVES of this study is to describe the process of marketing that can be applied by CV Indah Taxi and designing E-marketing can be applied to the company to support the company's marketing process. The system created a web-based system that will improve the quality of service to customers CV Indah Taxi. *METHODS* used is a method of analysis with surveys, and interviews, as well as the design method, which includes the design of business models, user interfaces, databases, and OOAD. *RESULTS OBTAINED* is a system of E-Marketing for CV Indah Taxi, where the system is easier for customers to obtain complete information and up-to-date, and make transactions easier and faster. *CONCLUSION* obtained is CV Indah Taxi can take advantage of E-Marketing to improve service and marketing of products. (AD)

Key Words : E-marketing, SWOT, Business Models, 7Cs,

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN dari penelitian ini adalah menguraikan proses pemasaran yang dapat diterapkan oleh CV Indah Taxi serta merancang E-marketing yang dapat diterapkan kepada perusahaan guna mendukung proses pemasaran perusahaan. Sistem yang dibuat merupakan sistem yang berbasis *website* yang akan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan CV Indah Taxi. **METODE PENELITIAN** yang digunakan adalah metode analisis dengan survei, dan wawancara, serta metode perancangan, yang mencakup perancangan model bisnis, *user interface*, basis data, dan OOAD. **HASIL YANG DICAPAI** adalah sistem E-Marketing untuk CV Indah Taxi, dimana sistem ini mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi yang lengkap dan *up-to-date*, serta melakukan transaksi lebih mudah dan cepat. **SIMPULAN** yang didapat adalah CV Indah Taxi dapat memanfaatkan E-Marketing untuk meningkatkan pelayanan dan pemasaran produk. (AD)

KataKunci :E-marketing, SWOT, BusinessModels, 7Cs.